



# Основы СТОРИТЕЛЛИНГА для соцсетей

Ян Орский

# **Ян Орский**

## **Основы сторителлинга для соцсетей**

*[http://www.litres.ru/pages/biblio\\_book/?art=68782047](http://www.litres.ru/pages/biblio_book/?art=68782047)  
SelfPub; 2023*

### **Аннотация**

«Основы сторителлинга для соцсетей» – методическое пособие, которое поможет писать в соцсетях привлекательно, убедительно и нешаблонно. В методичке разобраны ключевые этапы технологии создания историй: от идеи и сюжета, до элементов вовлеченности и фишек. После изучения методички вы: ✓ Поймете, что такое сторителлинг, почему он работает и где применяется; ✓ Узнаете 3 с половиной способа придумать мощную идею для истории; ✓ Выясните отличия 4-х популярных типов сюжета; ✓ Увидите простую структуру и необходимые ингредиенты истории; ✓ Получите 6 элементов вовлеченности с пояснениями принципов работы. «Основы сторителлинга для соцсетей» помогает вести как личный аккаунт, так и различные комьюнити. Подойдет для блогеров, копирайтеров, админов сообществ. Не подойдет журналистам, интервьюерам, адептам инфостилля.

# Содержание

I. СТОРИТЕЛЛИНГ	5
II. ИДЕЯ	8
Конец ознакомительного фрагмента.	12

**Ян Орский**  
**Основы сторителлинга**  
**для соцсетей**

# I. СТОРИТЕЛЛИНГ

## Что такое сторителлинг?

Если ты прямо сейчас поищешь в твоём любимом поисковике определение сторителлинга, то найдёшь несколько вариантов. Сторителлингом называют:

- искусство донесения информации;
- умение рассказывать истории;
- способ передачи информации;
- формат контента и т.д.

Чтобы нам с тобой не путаться в дальнейшей предметной части, давай договоримся. Условимся, что сторителлингом будем считать влияние на твою аудиторию.

**Сторителлинг** – это метод влияния на целевую аудиторию путем рассказывания историй с реальными или вымышленными персонажами. Цель метода – выполнение читателем нужного тебе действия.

На что именно можно влиять сторителлингом? А влиять

ты будешь на поведение потенциального покупателя или на формирование у него потребности в твоём продукте.

## **Как работает сторителлинг?**

Инструментом сторителлинга, как метода, является история.

Давай посмотрим как работает этот инструмент:

1) Интересная история, как способ поддержания связей. Люди – это социальные животные. Отношения между людьми формируются за счет обмена информацией.

2) Истории активируют правое полушарие мозга. Правое полушарие обрабатывает образы, символы, абстракции. Поскольку ведущее человеческое мышление образное, истории проще и естественней воспринимаются, чем логические факты.

3) Хорошие истории вызывают эмоции. Эмоции включают физиологическую активность и готовят человека к действию. Некоторые эмоции, не обязательно отрицательные, подавляют активность. Например, удовлетворенность.

Важно понимать, что эмоции приводят к *реальным* действиям.

После того, как твою историю прочитали, тебе начинают доверять. И, соответственно, смотивировать на действие, сформировать точку зрения или убедить читателя становится проще.

## Где применяется сторителлинг?

Сторителлинг, как метод, хорошо работает на перспективу, помогая сформировать потребность в продукте/услуге, повышает их узнаваемость или вызывает доверие.

Применяется в проектах с «длинными» продажами, с продуктами сложного выбора, с продуктами не повседневного/нерегулярного спроса.

Сторителлинг прекрасно работает в формировании личного бренда, во взаимопиаре и в нативной рекламе.

## II. ИДЕЯ

Говоря об идеях, перед тобой встают 2 основных вопроса:

1. Какой должна быть идея, чтобы построенная на ее основе история «зашла» твоей ЦА?
2. Как придумать такую идею?

**Идея** – это некий базис, основа, стержень, задумка твоей планируемой истории. Замысел с основными чертами и характеристиками, что отличает истории, построенные в соответствии с ними, друг от друга.

### Какой должна быть идея?

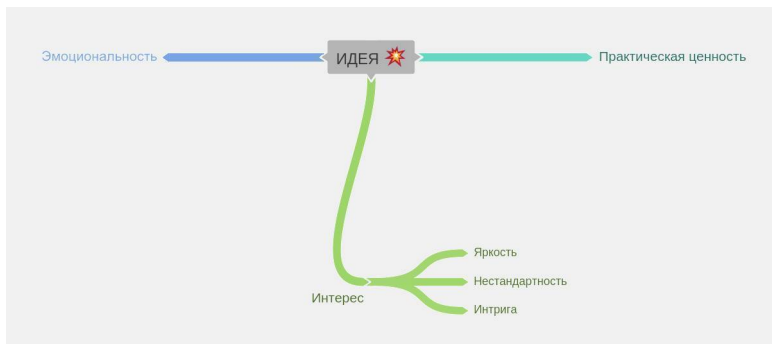
Любая история, байка, пост, текст, анекдот запоминаются благодаря трем основным параметрам идеи, на основе которой они строятся:

✓ Эмоциональность



✓ Интерес

✓ Практическая ценность или польза



→ Эмоциональная часть идеи передает энергию истории, задевает чувства, побуждает реагировать, действовать.

→ Интерес помогает дочитать историю до конца, призывает поделиться ей и способствует запоминанию.

Интерес, как ты видишь на рисунке, содержит в себе следующие компоненты:

*Яркость.*

Глядя на яркую идею, хочется крикнуть: «Вау! Почему это придумал/а не я?!»

*Нестандартность.*

Выделяет идею из банальных, одинаковых, предсказуемых. Знаешь одну из технологий помещения ликера, как начинки, в шоколадные конфеты? Ликер замораживают в специальных формочках, а затем поливают жидким горячим шоколадом. Шоколад застывает, а ликер, оказавшийся внутри – оттаивает.

*Интрига.*

Человек стремится к полностью завершенным образам, мыслям, идеям. Такова психология. Интрига идеи строится на незавершенности смысла истории в процессе повествования. Читатель не может сложить пазл и это затягивает его в историю.

→ Польза. Люди любят делиться практичной и полезной информацией. Той, которую можно использовать в обычной жизни. Полезная информация экономит время, деньги, позволяет получить опыт и повышает социальный статус поде-

лившегося. В этом ценность пользы.

## **Как придумать идею?**

В этом подразделе книги я расскажу тебе о самых очевидных, но эффективных способах найти идею для твоей истории. Способы настолько просты, что не требуют никаких усилий, просто бери и делай.

- 1) Реальные события.

# Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «ЛитРес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на ЛитРес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.